

BAND
04

Handbuch der Kommunalpolitik

**VERBALE
KOMMUNIKATION
UND RHETORIK**

„Man kann nicht
nicht kommunizieren.“

(Paul Watzlawick)

VORBEMERKUNG

Das vorliegende Heft soll Menschen, die sich der Kommunalpolitik verschreiben, dabei helfen, ihre ehren- oder gar hauptamtlichen Aufgaben möglichst erfolgreich zu erfüllen.

Konsequenterweise soll die Partei, von der hier die Rede ist, die **„Erfolgspar- tei Österreichs“ (EFPÖ)** heißen, ihre Politik die **„erfolgreiche“ Politik**, ihre Funktionäre und **Mandat- are „die Erfolgreichen“**.

Mit dieser Wortwahl wird einerseits die Überparteilichkeit des „Kommunalpolitischen Handbuchs“ betont – und damit seine demokratiepolitische Ambition: nämlich die, mehr Stil, Substanz

und Effektivität in die Gemeindeämter zu tragen.

Andererseits sollen die gewählten Bezeichnungen dem Leser vor Augen führen, dass der Erfolg nur zwei Schritte weit entfernt ist. Sich die hier angebotenen Kenntnisse anzueignen, ist der erste. Der zweite, sie anzuwenden. So kann jeder Einzelne dazu beitragen, dass die „EFPÖ“ in seiner Heimatgemeinde gut, besser, ja sogar am besten abschneidet.



VERBALE KOMMUNIKATION UND RHETORIK

Die Macht der Worte



INHALTSVERZEICHNIS

1. VERBALE KOMMUNIKATION	6
2. DIE STIMME	8
Exkurs: Umgang mit Lampenfieber	12
➔ Tipps bei Lampenfieber	18
3. DIE SPRACHE	21
Mundart oder Standardsprache?	22
Wortwahl	26
Zielgruppenspezifische Sprache	30
4. DIE SPRECHWEISE	34
Lautstärke	35
Sprechtempo	36
Melodie	37
Artikulation	37
Vermeiden Sie Konjunktive	38
Vermeiden Sie Füllwörter	42
Vermeiden Sie Füll-Laute	43
➔ Tipps Sprechweise	45
5. FRAMING: DIE MACHT DER WORTE	
Negative oder positive Kommunikation	46
➔ Tipps positive Kommunikation	48
6. TIPPS ZUR GESTALTUNG EINER REDE	52
☑ Checkliste Rede	54
Ausblick auf den nächsten Band: Ortsgruppen-Aktivitätenplan	56

Impressum

© 2022
Freiheitliches Bildungsinstitut
Gesellschaft für Politik, Kultur und Meinungsfreiheit (FBI)
Friedrich-Schmidt-Platz 4/3a, 1080 Wien
www.fbi-politikschule.at

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in den Publikationen des FBI das generische Maskulinum verwendet. In diesem Fall sind männliche wie weibliche Personen gleichermaßen angesprochen.

1. VERBALE KOMMUNIKATION



Haben wir uns im letzten Band hauptsächlich mit der nonverbalen Kommunikation befasst, wollen wir uns nun der verbalen – der sprachlichen – Kommunikation zuwenden.

Auf der verbalen Ebene stehen uns drei **Wirkmittel** zur Verfügung:

- 1.) Die Stimme
- 2.) Die Sprache
- 3.) Die Sprechweise

Diese drei Elemente decken die verbale Kommunikation ab. Beispielsweise beim Telefonieren, wo die nonverbale Wirkung zwar vorhanden, aber von untergeordneter Bedeutung ist, reduziert sich der Mensch in seiner Wirkung fast vollständig auf seine verbale Seite.

Es erweist sich immer wieder, dass Menschen über unterschiedliche Kommunikationsstärken verfügen.

Da gibt es Individuen, deren Charisma man sich im persönlichen Umgang kaum entziehen kann. Häufig sind das erfolgreiche Außendienstmitarbeiter, Führungskräfte oder auch Politiker. Von Angesicht zu Angesicht hinterlassen sie den größten Eindruck. Betreten sie den Raum, „geht die Sonne auf“. Man hört ihnen gerne zu, freut sich, wenn man mit ihnen ins Gespräch kommt, lacht über ihre Scherze, auch wenn man sie

im Nachhinein nicht wirklich witzig findet.

Nicht selten kommt es aber vor, dass gerade solche Leute am Telefon weit weniger glänzen. Da sie ihre Stärken in diesem Medium nicht ausspielen können, lässt es sie verhalten, unsicher und farblos wirken. Allein auf die verbale Kommunikation geworfen, machen sie hier eine weit schlechtere Figur, als wenn sie auf ihre nonverbalen Gaben setzen können.

Umgekehrt gibt es Personen, die ihre Mitmenschen nicht durch ihr Auftreten einnehmen, sondern durch das Bild, das ihre Stimme oder Sprechweise in den Köpfen der Leute entstehen lässt.

„Im Idealfall punktet ein Politiker mit verbalen und nonverbalen Stärken.“





2. DIE STIMME

Die Stimme eines Menschen ist primär von körperlichen bzw. biologischen Kriterien abhängig. Das beginnt beim **Geschlecht**. Männer und Frauen haben meist unterschiedliche Stimmen, man kann das Geschlecht einer Person in den meisten Fällen anhand der Stimme zuordnen.

Genauso ist es mit dem **Alter** eines Menschen. Anhand der Stimme lässt sich ungefähr das Alter einer Person erahnen.

Natürlich gibt es in beiden Fällen Ausnahmen von der Regel. Manchmal trifft man Männer mit einer hohen, femininen Stimme und es gibt manche Frauen, die



man am Telefon stimmlich für einen Mann halten kann.

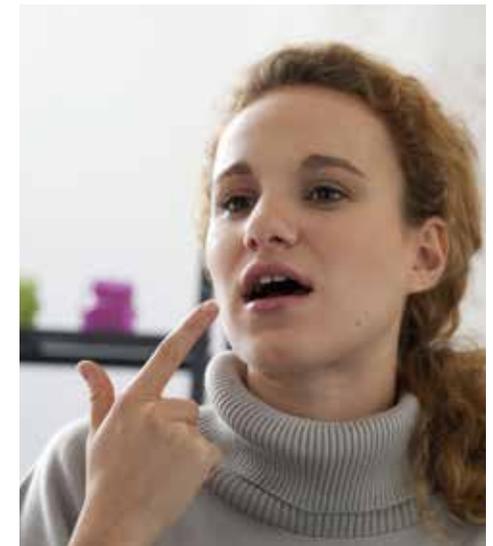
Auch bei der Alterseinschätzung kann man sich täuschen und gänzlich daneben liegen. Aber in den meisten Fällen trifft die stimmliche Einschätzung zumindest ungefähr zu.

Jeder von uns hat auch schon das Phänomen erlebt, dass man sich aufgrund eines Telefonats mit einer unbekannt Person ein Bild von ihr macht, d.h. von ihrem Charakter, ihrem Wesen, ja sogar von ihrem Aussehen. Trifft man diesen Menschen dann persönlich, muss man nicht selten feststellen, dass das stimmbedingte Bild und seine

Gesamterscheinung weit auseinanderklaffen. Je nachdem, in welche Richtung einen der Eindruck getrogen hat, ist man dann positiv oder negativ überrascht.

Die Stimme ist also biologisch vorbestimmt, jeder von uns muss mit seiner Stimme, die ihm die Natur in die Wiege gelegt hat, leben.

„Die Stimme ist biologisch vorbestimmt - aber sie kann trainiert werden.“



„Auch wenn man den Gesprächspartner nicht sieht, macht man sich aufgrund der Stimme ein Bild von ihm.“



Allerdings kann man seine Stimme **trainieren**. Gerade für Politiker kann ein professionelles Stimmtraining, wie es auch Schauspieler oder Sänger absolvieren, nützlich sein.

Eine Möglichkeit gibt es allerdings, wie wir unsere Stimme kurzfristig **selbst beeinflussen** können: mit der Stimmung, in der wir uns befinden.

Ist jemand bei einer öffentlichen Rede **angespannt**, spannen sich im wahrsten Sinn des Wortes auch die Stimmbänder. Die Stimme wird dann höher und schriller. Im äußersten Fall kann sie sogar umschlagen. Schon deshalb sind Nervosität, Erregung und Wut keine gedeihlichen Gemütszustände für öffentliche Auftritte. Wie Gebrüll und Geschrei, mindert auch alles Schrilles die Glaubwürdigkeit.

Ist jemand bei einer Rede stattdessen entspannt, motiviert und sicher, so **entspannen** sich die Stimmbänder und die Stimme wird ruhiger und tiefer.

Indem wir also unsere Stimmung beeinflussen, beeinflussen

wir im Rahmen unserer natürlichen Möglichkeiten auch unsere Stimme.

Das funktioniert mit Methoden der Selbstmotivation bzw. mit **Entspannungstechniken** und Autosuggestion (Selbstbeeinflussung) bei Lampenfieber.

„Ihre persönliche Stimme ist ein entscheidender Erfolgsfaktor. Wollen Sie, dass Ihre Botschaft wirklich gehört wird und Sie überzeugend wirken, ist daher ein Stimmtraining ratsam.“

INFOBOX



- ☛ Die Stimme kann professionell trainiert werden.
- ☛ Bei Anspannung wird die Stimme höher und schriller.
- ☛ Entspannte Stimmbänder machen die Stimme ruhiger und tiefer.
- ☛ Selbstmotivation und Entspannungstechniken beeinflussen die Stimme.





Exkurs: Umgang mit Lampenfieber

Wer kennt das nicht: Vor einem wichtigen öffentlichen Auftritt, einer Rede vor größerem Publikum oder einem Bewerbungsgespräch steigt die **Nervosität**. Der Mensch wird von Unruhe und Hektik geplagt, Versagensängste machen sich breit („Was ist, wenn ich den

roten Faden verliere?“, „Was ist, wenn ich Unsinn rede?“, „Was ist, wenn ich mich blamiere?“, „Hoffentlich lacht niemand über mich.“).

Die Hände schwitzen, die Knie zittern, rote Flecken machen sich im Gesicht breit. Es gibt etliche Menschen, die bei öffentlichen Auftritten so nervös sind, dass sie tatsächlich Teile des vorbereiteten Textes vergessen und sich selbst blockieren.

„Wer kennt das nicht?
Vor einem wichtigen Auftritt steigt die Nervosität.“

Auch Schüler und Studenten kennen derartige Symptome in Form von Prüfungsangst. Sie können im Augenblick der Prüfung vor lauter Aufregung den Stoff, den sie zuvor bestens gelernt haben, nicht abrufen.

Woher kommt dieses Phänomen des **Lampenfiebers**? Psychologisch treffen zwei Angstfaktoren aufeinander: Zum einen kennen wir das Phänomen der „zivilisatorischen Ängste“, zum anderen sind es „Steinzeit-Ängste“, die zusammen genommen einen Auftritt vor Publikum stressig machen.

Zu den „**zivilisatorischen Ängsten**“: Viele von uns wurden schon im Elternhaus als kleine Kinder so programmiert, dass sie stark nach Lob und **Anerkennung** suchen. Fast jeder wird gerne gelobt, fast jeder freut sich, wenn seine Arbeit und Leistung Anerken-

nung bei den Mitmenschen finden. Auf keinen Fall wollen wir uns blamieren, auf keinen Fall wollen wir ausgelacht oder zum Gespött der Mitmenschen gemacht werden.

Dieses Streben nach Anerkennung, dessen Kehrseite die Angst

„Das Streben nach Anerkennung und die Angst vor Blamage führen zu Lampenfieber.“



„Lampenfieber ist nicht zwangsläufig negativ. Es kann die Aufmerksamkeit steigern und die Konzentration erhöhen. Atemübungen, Gedankenregulation usw. können helfen, mit der inneren Angespanntheit besser umzugehen.“

vor Blamage ist, führt zu Lampenfieber. Gerade sehr ehrgeizige Menschen oder Menschen mit großen Selbstzweifeln leiden stark darunter.



Oft legen überehrgeizige Eltern in Kombination mit überkritischen Lehrern den Grundstein dafür, dass jemand später im Erwachsenenalter überdurchschnittlich stark an Lampenfieber leidet. Wenn El-

tern oder Lehrer immer unzufrieden mit den Leistungen der Kinder sind, wenn Kinder nicht gelobt, sondern nur kritisiert werden, dann ist es kein Wunder, dass diese dann

im Erwachsenenalter unter Versagensängsten leiden und mit sich selbst stets unzufrieden sind.

Der zweite Angstfaktor, die „Steinzeit-Angst“, tritt vor allem dann auf,

wenn wir im Stehen und ohne Rednerpult eine Rede halten sollen.

Schon seit Steinzeittagen scheut der Mensch davor zurück, ohne Deckung vor andere Menschen zu treten.

Wir sind den anderen ausgeliefert, sie könnten auf uns losgehen und uns bedrohen. Deshalb suchen wir instinktiv Deckung.

Ein Rednerpult, ein Tisch, ein Stuhl – in der Steinzeit ein Fels oder Baumstamm –, hinter dem wir uns verstecken können. All das gibt uns Sicherheit. Aber schutzlos vor einer Menge zu stehen – wer macht das schon freiwillig?

Ein Teil unseres Unterbewusstseins gibt uns auf einer instinktiven Ebene Anweisungen, einen geschützteren Platz im Raum zu suchen.

Insofern ist die offene Bühne – steinzeitmäßig betrachtet – der schlechteste Platz.

Es sind nun diese beiden Angstfaktoren, die bei einer öffentlichen Rede aufeinandertreffen und sich verstärken: einerseits die Angst vor dem Versagen, das nicht nur die ersehnte Anerkennung vereiteln würde, sondern auch unserem all-



„Eine Herausforderung: Im Stehen und ohne Rednerpult eine Rede halten.“

gemeinen Ansehen schaden könnte („Si tacuisses philosophus mansisses!“), andererseits der Stress, den der innere Steinzeitmensch empfindet, wenn er sich aus der Deckung begeben muss („horror vacui“). Wie soll man unter solchen Rahmenbedingungen dann noch eine gute Rede halten?

Hier ein paar **Tipps**, um das Lampenfieber in den Griff zu bekommen:



„Aufregung und Stress machen sich nach innen viel stärker bemerkbar als nach außen.“

■ Ausreichende **fachliche Vorbereitung**

Je besser wir auf einen Vortrag, eine Rede oder einen Auftritt sachlich bzw. fachlich vorbereitet sind, desto mehr Sicherheit gibt uns das. Es gilt die alte Rhetorik-Weisheit: „Willst du eine Rede halten im Ausmaß einer Briefmarke, sammle **Wissen** im Ausmaß eines Fußballfeldes.“

■ Vorbereitung von Struktur, **Gliederung** und Inhalten der Rede

Je besser wir die Rede strukturieren, desto weniger Grund für Nervosität gibt es. Bereiten Sie ein Stichwortkonzept vor. Vor allem der **Einstieg** und der **Schluss** müssen perfekt vorbereitet sein, um eine gute Wirkung zu erzielen.

■ Gute **Zeitplanung** vor dem Auftritt

Nichts ist unangenehmer, als unter Zeitdruck im letzten Augenblick bei einer Veranstaltung einzutreffen. Schon die vergebliche Parkplatzsuche kann den Stress ins Kraut schießen lassen. Planen Sie die Zeit vor Ihrer Rede bewusst und versuchen Sie, zumindest den Halbttag davor stressfrei zu verbringen. Reisen Sie zeitgerecht an und machen Sie sich mit der **Räumlichkeit**, mit dem technischen **Equipment** und der **Akustik** vertraut. Das schafft Sicherheit.

„Versetzen Sie sich in eine gute Stimmung und gehen Sie davon aus, dass Ihre Rede ein Erfolg wird.“

■ Bewusste Auswahl der **Kleidung**

Legen Sie eine Kleidung an, in der Sie sich wohlfühlen und die Sie nicht einengt. Gleichzeitig soll Ihr Outfit Ihnen **Selbstbewusstsein** verleihen und Sie gut zur Geltung bringen.

Für die Herren gilt: „Der Anzug ist die Rüstung des Gentleman.“ Und für alle gilt: „Kleider machen Leute.“

■ **Mentale Vorbereitung**

Bereiten Sie sich mental positiv auf Ihren Auftritt vor. Versetzen Sie sich in eine **gute Stimmung**, gehen Sie davon aus, dass Ihre Rede ein Erfolg wird.

Stellen Sie sich das Bild vor, wie Sie Ihren Schlussappell vortragen und die Zuschauer begeistert applaudieren. In dieser Stimmung betreten Sie den Rednerplatz.





■ Der wichtigste Tipp zum Schluss: Ein gewisses Maß an **Lampenfieber akzeptieren**

Lampenfieber an sich ist nichts Schlechtes, ganz im Gegenteil. Wenn wir Lampenfieber haben, schüttet der Körper **Adrenalin** aus und das macht uns wacher, konzentrierter, leistungsfähiger und schlagfertiger.

Nur ein Übermaß an Lampenfieber ist schädlich und kann zu Blockaden führen.

Für Personen, die in der Öffentlichkeit stehen, ist es nützlich, sich an Lampenfieber zu gewöhnen. Es geht nicht darum, die Anspannung zu unterdrücken, sondern darum, sie in den Griff zu bekommen. So

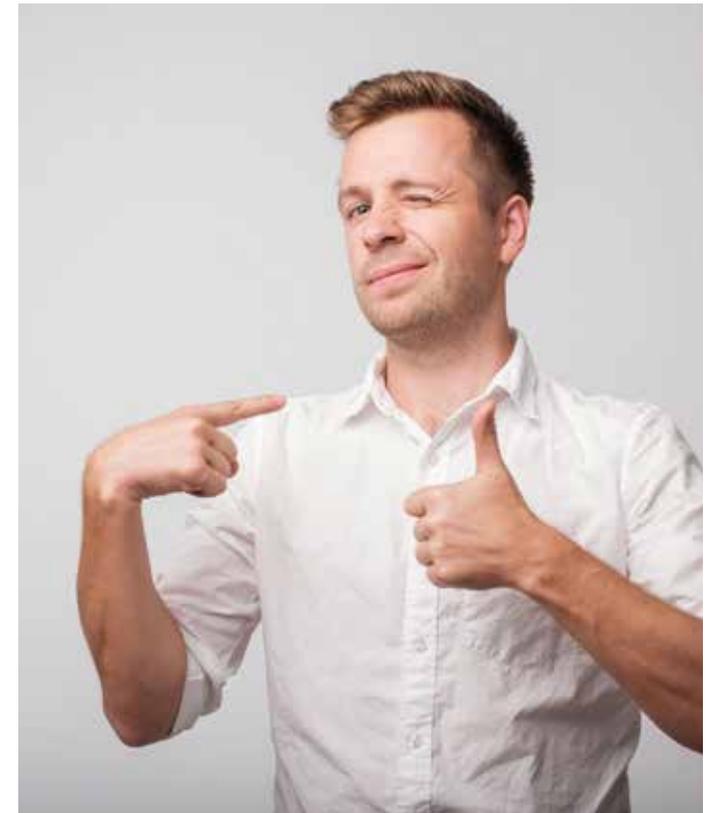
„Willst du eine Rede halten im Ausmaß einer Briefmarke, sammle Wissen im Ausmaß eines Fußballfeldes.“

verhält es sich mit dem Lampenfieber wie mit einem wilden Pferd. Entweder wirft es einen ab oder es bringt einen dorthin, wo man hinwill. Erst einmal gebändigt, gibt

TIPPS BEI LAMPENFIEBER



- ➔ Ausreichend fachlich vorbereiten
- ➔ Struktur, Gliederung und Inhalt der Rede gut vorbereiten
- ➔ Gute Zeitplanung vor dem Auftritt
- ➔ Bewusste Auswahl der Kleidung
- ➔ Mentale Vorbereitung
- ➔ Lampenfieber akzeptieren und positiv annehmen



Ihnen Ihr Lampenfieber genau die Spannkraft, die Sie brauchen, um Ihr Publikum in den Bann zu ziehen.

All diese Tipps werden Sie in die Lage versetzen, mit einer positiven Spannung, aber ohne übermäßigen Stress die Bühne zu betreten.

Bedenken Sie außerdem, dass Stress viel intensiver auf Sie einwirkt als nach außen ausstrahlt, dass Ihre Aufregung sich für Sie

„Positiv absolvierte öffentliche Auftritte verleihen Selbstbewusstsein.“

viel stärker bemerkbar macht, als für Ihr Publikum. Sie selbst haben vielleicht das Gefühl, dass Ihnen die Knie zittern und Ihnen „ein Kloß im Halse steckt“. Auf die Zuschauer hingegen wirken Sie souverän und selbstbewusst.

„Die optimale Basis für einen selbstsicheren Vortrag ist gute Vorbereitung. Es lohnt sich, hier möglichst viel Zeit zu investieren.“



Die Außenwirkung ist in den allermeisten Fällen viel besser als das eigene Gefühl.

Studien zeigen, dass die größte Angst der Mehrzahl der Menschen jene ist, vor anderen Menschen reden zu müssen.

Schon alleine die Tatsache, dass Sie sich trauen, in der Öffentlichkeit, in Gremien oder bei Versammlungen, das Wort zu ergreifen, zeichnet sie aus. Der Durchschnittsbürger scheut gerade diese Herausforderung. Gehen Sie davon aus, dass Ihr Publikum zwar

kritisch ist, dies aber viel weniger, als Sie denken. Und nicht Wenige sind froh darüber, dass sie es nicht selbst sind, die da draußen stehen.

Letztendlich macht es die **Übung** aus. Stressig ist es immer beim ersten Mal. Wenn Sie erst ein paar Reden bzw. öffentliche Auftritte hinter sich gebracht haben, wird es mit jedem Mal einfacher und lockerer.

Nach einiger Zeit werden Sie bemerken, dass es auch **große Freude** bereiten kann, auf der Bühne zu stehen.

Positiv absolvierte öffentliche Auftritte verleihen Ihnen im Laufe der Zeit immer mehr Selbstbewusstsein.

Manch ein anfänglich schüchterner Jungpolitiker hat sich nach wenigen Jahren zu einer regelrechten „Rampensau“ entwickelt.

3. DIE SPRACHE



Die Sprache kann Informationen geben über die **regionale Herkunft**, über den **sozialen bzw. bildungsmäßigen Hintergrund** und über die **berufliche Prägung** einer Person. Selbst unterschiedliche Generationen verwenden **spezifische Sprachcodes**.

Sprache erzeugt innerhalb einer Gruppe von Menschen ein **Gefühl der Zusammengehörigkeit**, ein Wir-Gefühl. „Dieselbe Sprache zu sprechen“, heißt nicht nur, dieselben Worte zu verwenden. Es heißt vielmehr, ihnen dieselben Bedeutungen beizumessen. Was wie-

derum eine Grundvoraussetzung dafür ist, mit anderen eine gemeinsame Kultur zu bilden.

Sprache kann aber auch Distanz und ein Gefühl des „Nicht-Dazugehörens“ vermitteln. „Wer nicht unsere Sprache spricht, gehört nicht zu uns.“



„Die Fähigkeit zur Kommunikation gehört zu den Wundern unseres menschlichen Daseins.“



Mundart oder Standardsprache?

Für viele Politiker stellt sich die Frage: Wie sprechen – Mundart oder Hochsprache?

Ist jemand in der Lage, jederzeit vom lupenreinen Hochdeutsch in den Dialekt seiner Region zu

wechseln, ist das in einem Kommunikationsmetier wie der Politik sicherlich vorteilhaft. Indem er flexibel zwischen verschiedenen Sprachstilen hin- und herschalten kann, ist es ihm möglich, mit seinen jeweiligen Gesprächspartnern oder Zuhörern immer auf Augenhöhe, d.h. als einer der Ihren zu kommunizieren.

In der Praxis stellt sich allerdings die Frage, wer das wirklich

kann. Häufig erleben wir eher Politiker, die sich redlich, merklich, peinlich bemühen, „schön zu reden“. Das hört sich dann bemüht und unecht an. Diese Politiker machen eine traurige Figur.

Gerade für Politiker gilt deshalb die Regel: „Immer echt, natürlich und authentisch bleiben.“

Versuchen Sie nicht, sprachlich in eine fremde Rolle zu schlüpfen, die nicht zu Ihnen passt. Versuchen Sie nie, etwas darzustellen, was Sie nicht sind.

Was spricht denn auch dagegen, wenn ein Kommunalpolitiker in seiner heimatlichen **Mundart** spricht? Das kommt bei den Leuten sicher gut und sympathisch an.

Die Forderung, **authentisch** zu bleiben, stellt die erste Priorität dar.

Freilich ist es wünschenswert, dass ein Politiker in der Lage ist, sich sprachlich auf unterschiedliche Gesprächspartner, **Situationen**, Inhalte und Zielgruppen einzustellen.

„Das verständlichste an der Sprache ist nicht das Wort selber, sondern Ton, Stärke, Modulation, Tempo, mit denen eine Reihe von Wörtern gesprochen werden – kurz die Musik hinter den Worten, die Leidenschaft hinter dieser Musik, die Person hinter dieser Leidenschaft.“

Gibt ein Politiker etwa ein Fernsehinterview, das überregional ausgestrahlt wird, kann es unprofessionell und wenig gewandt wirken, wenn er in einem rustikalen

„Gerade für Politiker gilt die Regel: immer echt, natürlich und authentisch bleiben!“



regionalen Dialekt spricht. In so einem Fall ist zumindest eine Annäherung an die Standardsprache wünschenswert. Nicht zuletzt geht es ja auch darum, von allen Zuschauern oder Zuhörern verstanden zu werden.

In vielen Fällen ist eine gute sprachliche Mischung angebracht, die wir als „gehobene Umgangssprache“ bezeichnen.

Nicht künstlich und aufgesetzt, aber auch nicht allzu rustikal: ein goldener Mittelweg.



Geübte Redner können den Sprachstil auch innerhalb einer Rede wechseln: Geht es um **fachliche**, beispielsweise rechtliche oder wissenschaftliche Inhalte, dann wirkt es kompetenter, diese in Standardsprache zu vermitteln.

Geht es darum, die **Gefühle** der Zuschauer anzusprechen, Beispiele aus dem Leben zu präsentieren oder eigene Erlebnisse mit den Menschen zu schildern, ist die Umgangssprache passender.

Hier gilt der Leitsatz: „Den **Verstand** der Menschen überzeugen

„Stellen Sie sich sprachlich auf Ihre Gesprächspartner und die Situation ein.“

wir in der Standardsprache, das **Herz** der Menschen gewinnen wir in der Umgangssprache.“

Bleiben Sie daher echt und versuchen Sie gleichzeitig im Rahmen Ihrer Möglichkeiten, sich an die Zielgruppe bzw. an die Inhalte **anzupassen**.

Wortwahl



Was für den Sprachstil gilt, gilt auch für die Wortwahl.

Manche Leute glauben, ihre Kompetenz durch den übertriebenen Einsatz von Fachvokabeln oder Fremdwörtern unter Beweis stellen zu müssen.

Für Politiker gilt: „Vermeiden Sie unverständliche Fachausdrücke und Fremdwörter so gut es geht.“ Begriffe, die der Bürger



nicht kennt, erzeugen Distanz und Ablehnung, die Kommunikation findet nicht auf Augenhöhe statt.

Aus dem Verkauf kennen wir die Regel: „Ein guter Verkäufer spricht stets so, dass ihn der jeweilige Kunde versteht.“

Ein Politiker ist in gewisser Weise auch Verkäufer, nämlich ein Verkäufer seiner Ideen, Werte und seiner Gesinnung. Kein Bürger findet einen Politiker sympathisch, der unverständliche Begriffe verwendet und damit zeigen will, wie gebildet er ist.

Besonders peinlich wird es dann, wenn Politiker Fremdwörter falsch verwenden oder falsch aussprechen.

„Sprechen Sie als Politiker in der Sprache des Volkes.“

Gerade die Erfolgreichen sind gut beraten, nicht in eine typische politikerhafte Sprache zu verfallen.

Manche Politiker gefallen sich in einer besonders künstlichen, aufgeblasenen und nichtssagenden Rhetorik. Das ist abzulehnen.

Ein erfolgreicher Politiker tut gut daran, sich in der Sprache des Volkes auszudrücken und nicht in der Sprache abgehobener Politiken.

So wie in anderen Branchen auch, gibt es in der Politik rhetorische Moden. Irgendein Politiker kreiert einen Ausdruck, und alle anderen machen es ihm nach.

Dazu ein Beispiel für schlechten rhetorischen Stil:

Es war im Jahr 2000, als der damalige Finanzminister Karl Heinz Grasser seine erste Budgetrede mit dem Satz einleitete: „Ein guter Tag beginnt mit einem sanierten Budget.“

„Eine künstliche, aufgeblasene und nichtssagende Rhetorik überlassen wir den anderen Politikern.“



Dieser Ausspruch wurde dann gefühlt tausendmal von allen möglichen Politikern aufgegriffen und in mehr oder minder abgewandelter Form bei jeder sich bietenden Gelegenheit an den Mann gebracht. Im Bausatz des politischen „Einheitssprechs“ avancierte er zur Lieblingsfloskel. War der Sager im Original noch originell, klang er nach der x-ten Wiederholung, je nach Temperament des genervten Bürgers, peinlich, ärgerlich oder lächerlich – immer aber abgedroschen.

„Man sagt: Wenn Politiker reden, sind Floskeln meist nicht weit.
Doch das muss nicht sein. Sprechen Sie eine klare Sprache.“



Hier drei kleine Beispiele für Floskelei:

- 1.) Sinn machen macht keinen Sinn
- 2.) Aufoktroyieren als Doppel-Moppel
- 3.) Optimalst ist suboptimal

1.) Vor einigen Jahren hat sich in den Politiker- und Journalistenjargon die Floskel „Sinn machen“ eingeschlichen und seitdem virusartig verbreitet.

Den Begriff „Sinn machen“ gibt es allerdings im korrekten Deutsch nicht. Im Deutschen kann man sagen, „etwas ist sinnvoll“ oder „das ergibt Sinn“.

„Sinn machen“ hingegen ist ein falsch übersetzter Anglizismus. Im Englischen ist es absolut korrekt zu sagen, „it makes sense“. Die wörtliche Übersetzung hingegen ist schlechtes Deutsch, auch wenn sie es mittlerweile als „umgangssprachliche Wendung“ sogar in den Duden geschafft hat.

2.) Eine in der Politik leider immer wieder anzutreffende Floskel ist der Begriff „aufoktroyieren“ (z.B.: „Wir lassen uns das von der EU nicht aufoktroyieren“). Das ist ein trauriges Beispiel eines falsch verwendeten Fremdwortes.

Der Begriff „oktroyieren“ kommt aus der Beamten- und Di-

gen“ und ist doppelt gemoppelt.

Da die allermeisten Menschen wohl das Wort „oktroyieren“ ohnedies nicht kennen, sollte es auch in der korrekten Form eher vermieden werden.

3.) Sowohl in der Politik als auch in der Welt der Werbeleute

„Vermeiden Sie politische Worthülsen und Phrasen und gestalten Sie Ihren Auftritt stattdessen authentisch und lebendig.“



plomatensprache früherer Jahrhunderte und bedeutet sinngemäß „aufzwingen“.

Eine oktroyierte Verfassung beispielsweise war eine Verfassung, die nicht vom Volk beschlossen, sondern vom Herrscher vorgegeben – eben aufgezwungen – wurde.

Wenn ein Politiker also das Wort „aufoktroyieren“ verwendet, heißt das tatsächlich „auf-aufzwin-

trifft man immer wieder auf die Wendung „optimalst“ (z.B. „Wir haben die optimalste Lösung“). Das Wort „optimal“ bedeutet ja schon „bestmöglich“ und sollte deshalb nicht mehr gesteigert werden. Was soll denn bitte noch „optimaler“ sein als das Optimum?

Diese Regel gilt auch für die Adjektive „perfekt“, „einzig“ und „maximal“.



Zielgruppenspezifische Sprache

Ein Politiker tut gut daran, bei Reden oder öffentlichen Auftritten die Sprache seines **Publikums** zu verwenden. Es ist ein Unter-

schied, ob eine Rede vor Landwirten oder Juristen, vor Arbeitern oder Managern, vor Jugendlichen oder Senioren gehalten wird.

Dabei ist es eine Frage der **Vorbereitung**, sich mit der jeweiligen Zielgruppe zu beschäftigen, sich zu informieren und die Rede auf das Publikum abzustimmen.

Die Zuschauer freuen sich, wenn sie den Eindruck haben, „der

Redner spricht unsere Sprache“. Auf diese Weise entsteht ein Gefühl der Zugehörigkeit und des Vertrauens. (Die Methode, bewusst Begriffe des Gesprächspartners zu übernehmen, nennt man übrigens „spiegeln“.)

Bei dieser Gelegenheit sei allerdings davor gewarnt, die Verwendung des Zielgruppen-Jargons zu übertreiben. Das kann nämlich auch anbiedernd und unecht wirken.

Besonders peinlich ist es, wenn Politiker im fortgeschrittenen Alter Formulierungen aus der Jugendsprache verwenden und glauben, dadurch „cool“ oder „chillig“ zu wirken. Gerade Jugendliche haben ein feines Gespür dafür, wer echt ist und wer nur etwas vorspielt.

Der vermeintlich „coole“ Politiker, der einen auf „Diggah“ macht, wird dann schnell „cringy“.

Während post-moderne Zeitgeist-Politiker und Journalisten immer öfter nur noch die weibliche Form verwenden (z.B. „Bürger_Innen“), tun vernünftige, sprachverständige Politiker gut daran, gegen diese Sprachverhöhnung anzukämpfen und konsequent, so wie es der hergebrachten



„Tauchen Sie in die Welt Ihrer Zielgruppe ein und sprechen Sie ihre Sprache. So schaffen Sie Vertrauen.“

„Erfolgreiche Politiker tun gut daran, gegen die Sprach- und Gesellschaftszerstörung anzukämpfen und konsequent nur das generische Maskulinum zu verwenden. Es versteht sich von selbst, dass damit beide Geschlechter angesprochen sind.“

Rechtschreibung entspricht, nur die geschlechtsneutrale „männliche“ Form zu verwenden (z.B. „Bürger“).

Es versteht sich von selbst, dass damit beide Geschlechter gemeint sind. Das entspricht auch dem nach

wie vor in unserer Sprache gültigen „generischen Maskulinum“.

Nicht zuletzt generiert das Gender das Gegenteil dessen, was es bezweckt: Es sexualisiert die Sprache und diskriminiert die nicht mitumfassten Diversen.



Der "Genderwahn" wird von uns nicht unterstützt!



GUT ZU WISSEN

Generisches Maskulinum (von lateinisch genus „Geschlecht, Gattung, Art“, und masculus „Männchen“) bezeichnet die sexusindifferente oder geschlechtsneutrale Verwendung maskuliner Substantive oder Pronomen. Hierbei werden beispielsweise grammatisch maskuline Personen- oder Berufsbezeichnungen, von denen sich auch eine feminine Form ableiten lässt, generisch (also verallgemeinernd) für Personen verwendet, deren biologisches Geschlecht entweder unbekannt, nicht von Bedeutung oder (im Plural) gemischt ist. Das generische Maskulinum ist somit die „Fähigkeit maskuliner Personenbezeichnungen, geschlechtsabstrahierend verwendet zu werden“. Auch für einige

Tierarten wird das generische Maskulinum geschlechtsneutral verwendet. Im Gegensatz zum „spezifischen“ Maskulinum, das immer männliche Individuen bezeichnet, abstrahiert das generische Maskulinum vom Geschlecht, beispielsweise:

- jeder, der helfen will, ist willkommen (jede und jeder)
- alle Lehrer wollen guten Unterricht machen – sowohl männliche als auch weibliche Lehrkräfte
- viele Bären leben in den Bergen – sowohl männliche (Bären) als auch weibliche (Bärinnen) (...)

(Quelle: Wikipedia, Zugriff: Oktober 2021)



4. DIE SPRECHWEISE

Zur Sprechweise zählen wir Stilmittel wie Lautstärke, Sprechtempo, Melodie, Artikulation und die Verwendung bzw. Vermeidung von Konjunktiven und Füllwörtern. Aber auch das Sprechen in Bildern oder das Operieren mit Wiederholungen sind Mittel, um das Gesagte einprägsamer zu machen.

„Die Art und Weise, wie wir sprechen, ist für jeden einzelnen Menschen charakteristisch. Sie ist jedoch nicht unveränderbar. Stimm- und Sprechtraining können helfen, selbstsicherer und souveräner aufzutreten.“

Lautstärke

Die Lautstärke ist ein mächtiges verbales Wirkmittel, setzen Sie Ihre Lautstärke bewusst ein.

Spricht ein Redner **zu leise**, wirkt das schüchtern, unsicher und zurückhaltend.

Spricht ein Redner dagegen **sehr laut**, wirkt das dominant, aufdringlich oder aggressiv.

Es empfiehlt sich daher eine Lautstärke, die dem Zuhörer angemessen erscheint. Das ist eine, die ihn das Gesagte selbst gut verstehen lässt, die er aber auch für die Größe der Menge angebracht hält, in der er sich befindet. Jeder wird Verständnis dafür haben, dass man die Stimme vor dreißig Menschen mehr erheben muss als vor zehn. Außerdem vermittelt eine „wohl temperierte“ Lautstärke Sicherheit, Engagement und Kompetenz. Wann immer wir vor Menschen reden, müssen wir uns in sie hin-

einversetzen. Was erwartet das Publikum von uns? Sind wir zu leise, nimmt uns keiner ernst, sind wir zu laut, gehen wir den Leuten auf die Nerven.

Generell gilt die Regel: „Sprichst du die Dinge offen aus, tu es mit fester und lauter Stimme.“

„Setzen Sie Ihre Lautstärke bewusst ein und bringen Sie dadurch mehr Farbe und Abwechslung in Ihre Rede.“

Im Einzelfall kann aber auch das Gegenteil zutreffen. Lauscht das Publikum angespannt unseren Ausführungen, genügt es, die Dinge mit ruhiger Stimme auf den Punkt bringen. In der Regel verpufft eine Aussage, wenn sie herausgeschrien wird. Es kommt also auch hier auf die Situation an.





Sprechtempo

Wie bei der Lautstärke gilt auch beim Tempo: **Extreme vermeiden.**

Spricht jemand sehr schnell, wirkt das gehetzt, hektisch und unsicher. Spricht jemand sehr langsam und getragen, wirkt es langweilig und die Zuschauer drohen einzuschlafen.

„Mit einer rhetorischen Pause im richtigen Augenblick wird Spannung aufgebaut.“

Wollen wir die Zuschauer begeistern und **motivieren**, sprechen

wir lauter und schneller. Geht es darum, Zahlen, Daten und Fakten zu vermitteln, ist es günstig, etwas langsamer zu sprechen, damit die Zuschauer **mitdenken** können.

Zeigen Sie Mut zur **Pause**. Dabei ist nicht die Kaffeepause gemeint, sondern die rhetorische Pause.

Mit einer rhetorischen Pause im richtigen Augenblick erzeugen wir Wirkung und bauen Spannung auf.

Eine Pause vor einer wichtigen Redepassage sichert die Aufmerksamkeit der Zuschauer.



Melodie

Mit der Sprachmelodie bringen wir unsere Gefühle zum Ausdruck.

Lässt sie uns motiviert erscheinen oder eher teilnahmslos? Vermittelt sie, dass wir uns für das Thema begeistern, uns um das Publikum bemühen oder, dass uns der Anlass und die Leute eigentlich gleichgültig sind?

Nichts ist langweiliger für das Publikum als ein Redner, der monoton und emotionslos seine Rede vom Blatt abliest.

Darum: Zeigen Sie Engagement und Begeisterung und Ihre Sprechweise wird automatisch eine angenehme Melodie aufweisen.

„Öffnen Sie Ihren Mund und artikulieren Sie klar, deutlich und verständlich.“

Artikulation

Es versteht sich von selbst, dass es wünschenswert ist, **klar, deutlich und verständlich** zu artikulieren. Einem Redner, der beim Sprechen den Mund nicht ordentlich öffnet und der Silben verschluckt, hört niemand gerne zu.



Vermeiden Sie Konjunktive



„Durch die Verwendung des Konjunktivs verlieren Sie an Überzeugungskraft und schwächen Ihre Wirkung auf Ihre Mitmenschen ab.“



Der Konjunktiv wird im Deutschen „Möglichkeitsform“ genannt. Ausgedrückt wird er mit Wörtern wie „hätte“, „müsste“, „dürfte“ etc.

Viele Menschen sprechen im Konjunktiv, weil sie glauben, das sei höflich und freundlich. Das ist

allerdings eine missverständene, vermeintliche Höflichkeitsform, die aus vergangenen Zeiten stammt.

Früher bestimmte der Konjunktiv die Sprache, in der die Untertanen mit der Herrschaft kommunizierten („Dürfte ich Herrn Grafen jetzt das Essen servieren?“).

Heutzutage hat der Konjunktiv nichts mehr mit Höflichkeit zu tun, sondern er wirkt unentschlossen und vermittelt Unsicherheit bzw. Unverbindlichkeit.

„Der Konjunktiv vermittelt Unentschlossenheit, Unsicherheit oder Unverbindlichkeit.“

Wer heute noch im Konjunktiv spricht, signalisiert, dass er sich nicht festlegen und keine Verantwortung übernehmen will.

Zur Verdeutlichung zwei Beispiele aus der Praxis:

■ „Dafür wäre unser Ortsobmann zuständig.“

Was soll das heißen, er „wäre“ zuständig. Ist er zuständig oder ist er es nicht?

Das Wort „wäre“ ist in diesem Zusammenhang nicht höflicher, sondern wirkt unsicher und unentschlossen.

Besser: „Dafür ist unser Ortsobmann zuständig.“

■ „Am Freitag hätte ich noch einen Termin frei.“

Habe ich einen Termin frei oder nicht? Oder will ich gar keinen Termin ausmachen?

Besser: „Am Freitag habe ich noch einen Termin frei.“

Auch heute ist der Konjunktiv noch weit verbreitet. Viele Menschen bedienen sich seiner, ohne es zu merken. Dadurch verlieren Sie an Überzeugungskraft und schwächen ihre Wirkung auf ihre Mitmenschen ab.

Der Konjunktiv hat eine **abschwächende Wirkung**. Es entsteht ein regelrechter „**Wischi-Waschi-Stil**“.





Gewöhnen Sie sich an, klar zu formulieren. Von erfolgreichen Politikern kann der Bürger klare Aussagen erwarten.

Ähnlich wirken auch die inflationär verwendeten Wörter „möchte“ und „darf“.

Beispiel:

■ „Ich möchte Sie sehr herzlich zur heutigen Veranstaltung begrüßen.“

Warum tun Sie es nicht, wenn Sie es möchten?

■ „Ich darf Sie sehr herzlich zur heutigen Veranstaltung begrüßen.“

Dürfen Sie das? Wer hat das erlaubt? Müssen Sie um Erlaubnis fragen?

„Möchten“ und „dürfen“ sind in diesem Zusammenhang typischer **Wischi-Waschi-Stil**.

Besser: Machen Sie eine **klare Aussage**: „Ich begrüße Sie sehr

herzlich zur heutigen Veranstaltung.“

Negativ-Beispiel:

■ „Ich möchte Dir zum Geburtstag gratulieren.“

■ „Ich darf Dir zum Geburtstag gratulieren.“

Beide Varianten sind Wischi-Waschi-Stil.

Besser: Formulieren Sie stattdessen klar: „Ich gratuliere Dir herzlich zum Geburtstag“ oder „Herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag.“

Das ist klare Kommunikation.

Der kritische Leser mag jetzt einwenden, „Das ist doch so üblich bei uns in Österreich“, oder „Es reden doch alle so, das merkt ja eh keiner.“

Das mag schon sein. Auf der bewussten Ebene werden das nur Fachleute bemerken. Der Laie

„Wichtig in der Kommunikation ist die unbewusste psychologische Ebene.“

wird diese sprachlichen Feinheiten kaum bewusst wahrnehmen.

Die unbewusste Wahrnehmung darf aber keinesfalls unterschätzt werden. Psychologen wissen das. So macht sich der Zuhörer oder Gesprächspartner ganz unwillkürlich ein Bild von seinem Gegenüber. Unbewusst schätzt er ihn ein: Ist dieser Politiker zu 100 % glaubwürdig oder nur zu 70 %? Steht er voll zu seinen Aussagen oder nur zum Teil? Meint er sie ernst oder

lässt er sich ein Hintertürchen öffnen? Legt er sich ins Zeug oder macht er uns was vor? Das ist keine objektive Analyse, sondern eine subjektive, emotionale Einschätzung.

Studien aus der Welt des Verkaufs belegen, dass ein Verkäufer, der im Konjunktiv spricht, nachweislich schlechtere Verkaufsergebnisse erzielt als ein Verkäufer, der klar formuliert. Das gilt auch in der Politik.



Vermeiden Sie Füllwörter

Füllwörter sind Wörter wie „eigentlich“, „an und für sich“, „quasi“ etc.

Sie haben keinen Sinn, sondern schwächen — so wie die Konjunktive — unsere Aussagen bzw. unsere Wirkung ab.



In der Umgangssprache sind Füllfloskeln wie „sog i amo!“ weit verbreitet.

Was will uns jemand mitteilen, der sagt „Eigentlich bin ich gerne politisch tätig“? Das Wort „eigentlich“ schwächt die Aussage deutlich ab.

Keine Ehefrau wird sich freuen, wenn ihr Mann ihr sagt: „Eigentlich liebe ich dich und an und für sich war ich dir immer treu.“

Sie sehen, welch fatale Wirkung so ein kleines Füllwort haben kann.

„Nur wer seine Rede in- und auswendig kennt, kann sie ohne Füllwörter halten. Daher: Üben, üben, üben.“



Vermeiden Sie Füll-Laute

Füll-Laute sind unbewusst ausgestoßene Laute wie „äh“ oder „ah“.

In einem gewissen Ausmaß passiert das den meisten Menschen, das ist nicht weiter tragisch.

Wenn jemand allerdings sehr viele Füll-Laute von sich gibt, wird seine Wirkung dadurch extrem reduziert.

Es kann sein, dass die Zuschauer nur noch die Füll-Laute zählen und überhaupt nicht mehr auf den Inhalt achten.

Der geneigte Leser wird sich jetzt fragen, wie kann ich mir die **Konjunktive, Füllwörter** und **Füll-Laute** abgewöhnen? Wie ler-



„Nutzen Sie das reichhaltige Angebot an Präsenzseminaren und Webinaren zum Thema ‚Rhetorik!‘“

ne ich den gezielten Einsatz von **Lautstärke, Tempo und Melodie?**

Es gibt eine Fülle analoger und digitaler Lehrveranstaltungen, die aus einem guten einen brillanten und aus einem schlechten einen passablen Redner machen!

Eine gute Möglichkeit, sich rhetorisch zu verbessern, ist das

kollegiale Feedback: die konstruktive, wohlwollende, aber ehrliche Kritik. Ob ein anderer gegen die Gebote einer guten Rede verstößt, fällt uns für gewöhnlich stärker auf als bei uns selbst. Da liegt es auf der Hand, den Mitstreiter wissen zu lassen, was er unseres Erachtens besser machen könnte, ihn umgekehrt aber auch um seine Einschätzung unserer eigenen Leistung zu bitten.

Eine Ortsgruppe oder Fraktion, in der Teamgeist herrscht und die sich weiterentwickeln will, sollte daher vereinbaren, den Mitglie-

„Ein Feedback ist ein sehr effektives Werkzeug zur Verbesserung und Weiterentwicklung. Die Rückmeldung sollte jedoch immer sachlich und wertschätzend sein.“



TIPPS SPRECHWEISE

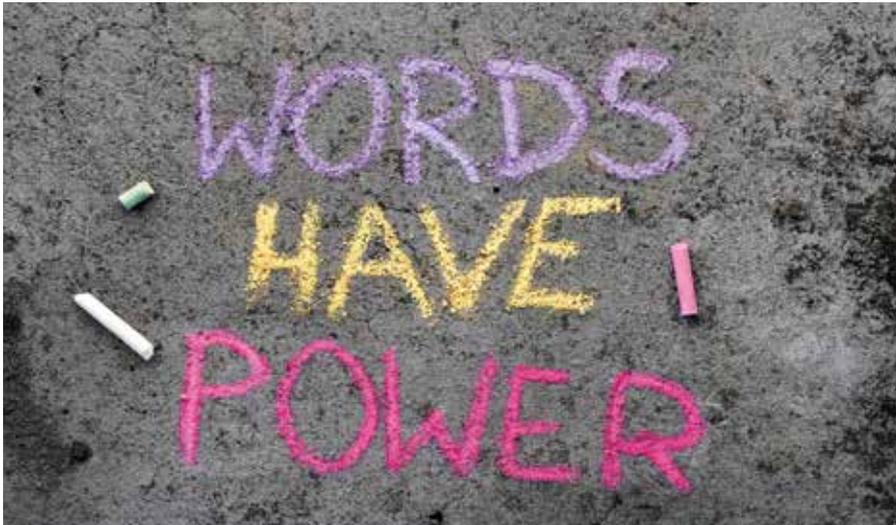
- ➔ Setzen Sie Ihre Lautstärke bewusst ein
- ➔ Achten Sie auf Ihr Sprechtempo
- ➔ Zeigen Sie Mut zur Pause
- ➔ Vermitteln Sie mit Ihrer Sprachmelodie Gefühl
- ➔ Artikulieren Sie klar, deutlich und verständlich
- ➔ Vermeiden Sie Konjunktive
- ➔ Vermeiden Sie Füllwörter
- ➔ Vermeiden Sie Füll-Laute
- ➔ Trainieren Sie Stimme, Sprechweise und Rhetorik
- ➔ Suchen Sie kollegiales Feedback

dern nach öffentlichen Auftritten oder Reden im Gemeinderat regelmäßig Feedback zu geben, d. h., diese auf die Schwächen ihres Auftritts, aber auch auf dessen Stärken hinzuweisen (wenn auch nicht in aller Öffentlichkeit). Von- und miteinander lernen, heißt die Devise!

Das funktioniert aber nur, wenn die Rückmeldung sachlich und wertschätzend erfolgt.

Und es sollen nicht nur Fehler oder Schwächen, sondern im selben Ausmaß auch die positiven Punkte besprochen werden.

5. FRAMING: DIE MACHT DER WORTE. NEGATIVE ODER POSITIVE KOMMUNIKATION



Die Wortwahl, die wir treffen, beeinflusst die Gefühle unserer Gesprächspartner und Zuhörer. Bei den meisten Wörtern leuchtet das ohne Weiteres ein. Bei vielen anderen ist das schon weit weniger

offenkundig. So gibt es nicht wenige Wörter, die unterschwellig positiv oder negativ wirken. Erstaunlicherweise sind etliche Ausdrücke, die wir in unserer Alltagssprache verwenden, ohne uns dabei etwas Böses zu denken, psychologisch negativ besetzt.

Beispiel:

- Ein Bürger ruft im Partei-

„Mit positiver Kommunikation kann man gute Stimmung erzeugen und Konflikte vermeiden.“

büro an und teilt mit, er wolle der Partei beitreten. Die Büromitarbeiterin antwortet ihm: „Warten Sie, da muss ich Sie mit unserem Geschäftsführer verbinden.“

Unbewusst sendet die Mitarbeiterin negative Signale aus. „Warten“ ist negativ, „müssen“ ist negativ. Auch wenn die Dame am anderen Ende der Leitung es nicht negativ meint, besteht die Gefahr, dass der Anrufer den Eindruck gewinnt, sie wäre nicht sehr motiviert und nicht erfreut über seinen Anruf.

Besser: Wenn sie stattdessen sagt „Herr XY, das freut mich sehr. Einen Augenblick bitte, ich verbinde Sie gerne mit unserem Geschäftsführer“, sendet sie ganz andere emotionale Signale aus.

Im Detail:

- Die Namensansprache ist eine sehr wichtige verbale Wertschätzungsmethode.

■ „Das freut mich“ – der Ausdruck der Freude signalisiert dem Gesprächspartner, Grund dieser Freude zu sein.

■ „Augenblick“ ist ein positives, menschliches Wort.

■ „gerne“ vermittelt Freundlichkeit und Frohsinn.

Wir sehen, mit ganz einfachen Mitteln der Wortwahl gelingt es, **gute Stimmung** zu verbreiten.

Weitere Beispiele:

■ Negativ: „Herr XY ist heute nicht da.“

Positiv: „Herr XY wird morgen wieder im Büro sein, er ruft Sie gerne zurück.“

■ Negativ: „Sie müssen eine Woche auf die Erledigung warten.“

Positiv: „Innerhalb von einer Woche werden wir das für Sie erledigen.“

„Durch das Sprechen der Menschen wird auch ihr Denken beeinflusst.“

Eine Frau fragt ihren Mann, wohin er lieber auf Urlaub fahren möchte, nach Langenlois oder Gumpoldskirchen. Der Mann antwortet: „Das ist mir **egal**.“ Damit signalisiert er Desinteresse und Abneigung, auch wenn er es nicht so meint.

TIPPS POSITIVE KOMMUNIKATION



- ➔ Sprechen Sie Ihr Gegenüber mit dem Namen an
- ➔ Verwenden Sie Formulierungen, die Freude vermitteln („Das freut mich“, „gerne“ etc.)
- ➔ Vermeiden Sie Wörter des Zwangs („müssen“)
- ➔ Vermeiden Sie Wörter der Gleichgültigkeit („egal“)

Antwortet er stattdessen: „Mir gefallen beide Reiseziele sehr gut“, dann hilft er zwar nicht bei der Entscheidungsfindung, wirkt aber **wertschätzend** und motivierend.

Wir sehen, mit positiver Kommunikation erzeugen wir gute Stimmung und vermeiden Konflikte.

Im ersten Fall wird ein Konflikt riskiert, im zweiten vermieden.

Womit wir es hier zu tun haben, ist ein kommunikationspsychologisches Phänomen, das unter der Bezeichnung „Framing-Effekt“ bekannt ist. Gemeint ist damit die Auswirkung der Formulierung einer Information auf die Bewertung durch deren Empfänger: Je nachdem, wie der Absender seine Botschaft „einrahmt“, wird sie vom Adressaten aufgefasst.

Ein solcher Effekt kann unbewusst ausgelöst, aber auch ganz

bewusst angestrebt werden. In diesem Fall kommt es darauf an, eine Sache gezielt in eben das Licht zu setzen, in dem sie vom Betrachter gesehen werden soll.

„Kleider machen Leute“ ist nichts anderes als ein Framing, bei dem in nonverbaler Kommunikation ein- und dieselbe Persönlichkeit (Botschaft) je nach Kleid (Formulierung) ganz unterschiedlich in Erscheinung tritt, also unbeabsichtigt oder beabsichtigt Signale ausendet.

„Framing“ bedeutet, einige Aspekte einer wahrgenommenen Realität auszuwählen und sie in einem Text so hervorzuheben, dass

eine bestimmte Problemdefinition, kausale Interpretation, moralische Bewertung und/oder Handlungsempfehlung für den beschriebenen Gegenstand gefördert wird. (...)

Bestimmte Perspektiven und Informationen werden hervorgehoben, andere in den Hintergrund gestellt – je nachdem von welcher Instanz wir die Themen vermittelt bekommen. Somit könnte man von einer Art „Kampf um die



„Je nachdem, wie der Absender seine Botschaft ‚einrahmt‘, wird sie vom Adressaten aufgefasst.“

Deutungshoheit“ sprechen. Gesellschaftliche Akteure versuchen, ihren Blickwinkel auf politische Themen durchzubringen. (*Quelle: Wikipedia, Stichwort: Framing; Zugriff: November 2021*)

Wir sehen also, worauf es für einen erfolgreichen Politiker ankommt:

„Nennen Sie die Dinge beim Namen – einem Namen, der Anklang findet und sich bei den Menschen einprägt.“

Erstens: Nicht nur Probleme und Problemlösungen in den Fokus der Öffentlichkeit zu stellen, sondern auch für das Licht zu sorgen, in dem sie gesehen werden.

Zweitens: Positiv mit dem Bürger zu kommunizieren. (Aufgepasst: Auch die Kommunikation

mit dem politischen Konkurrenten und über ihn ist immer auch eine Kommunikation mit dem Wähler!)

Es gilt, für einen aufgegriffenen Sachverhalt den passenden kommunikativen „Rahmen“ zu finden und die Dinge beim Namen zu nennen – wohlgemerkt: nicht bei irgendeinem, sondern bei einem Namen, der Anklang findet und sich den Menschen einprägt. Es gilt, bei der Deutung politischer Sachverhalte (ob als gut oder schlecht, wichtig oder unwichtig) die Oberhand zu gewinnen und wenn möglich in einem Problemfeld sogar die Themenführerschaft.

In welchem neuen Rahmen engagierte Mitglieder der Zivilgesellschaft in jüngster Zeit gesetzt werden und wie die Politik nicht „framen“ sollte, zeigt das Beispiel vom Umgang mit Corona-Skeptikern:

Menschen, die man bislang „mündige Bürger“ nannte, werden, wenn sie es wagen, die veröffentlichte Meinung und die vorherrschende politische Doktrin zu hinterfragen, von den höchsten Repräsentanten des Staates beleidigt und verhöhnt und als „Schwurbler“, „Aluhutträger“, „Corona-Leugner“

„Rechtsextremisten“ und „Neofaschisten“ bezeichnet.

Die Obrigkeit hetzt, Medien machen mit und unbescholtene Bürger, die sich nicht mit der Untertanenrolle begnügen wollen, werden politisch korrigiert, ausgeschlossen und mundtot gemacht.





6. TIPPS ZUR GESTALTUNG EINER REDE

Überlegen Sie bei der Vorbereitung einer Rede folgende Punkte:

- Wer ist die **Zielgruppe**, wer sitzt im Publikum?

- Was ist das **Ziel** meiner Rede, was will ich bewirken? (Information, Motivation, Überzeugung etc.)

Berücksichtigen Sie diese Fragen bei der Gestaltung, Formulierung und beim Stil Ihrer Rede.

Bereiten Sie sich **rechtzeitig** und umfangreich sachlich bzw. inhaltlich vor. Je mehr Sie über Ihr

Thema wissen, desto sicherer und glaubwürdiger werden Sie wirken.

Überlegen Sie sich einen spannenden **Einstieg**. Das kann ein Zitat, ein Spruch, ein Zeitungsartikel etc. sein. Das Ziel ist, die Aufmerksamkeit und das Wohlwollen des Publikums in den ersten Sekunden zu gewinnen.

Haben Sie den Mut, Konventionen hinter sich zu lassen. Ein Einstieg wie „Meine sehr geehrten Damen und Herren, ich begrüße

„Das Publikum wird in den ersten Sekunden einer Rede gewonnen.“

Sie ganz herzlich...“ ist nicht gerade originell.

Entscheiden Sie sich für eine passende Gliederung. Hier einige bewährte **Gliederungsmodelle** für eine Rede:

Ablauf-Struktur:

- 1.) Gestern
- 2.) Heute
- 3.) Morgen

Klassischer Fünfsatz:

- 1.) Thema
- 2.) These
- 3.) Begründung
- 4.) Fazit (Schlussfolgerung)
- 5.) Aufforderung

Problemlösungsformel:

- 1.) Problem/Thema
- 2.) Ursache
- 3.) Ziel
- 4.) Lösungsvorschlag
- 5.) Aufforderung

Pro-Kontra-Formel:

- 1.) Thema/Problem
- 2.) Gegenposition
- 3.) Eigene Position
- 4.) Fazit (Schlussfolgerung)
- 5.) Aufforderung

These-Antithese-Formel:

- 1.) Thema
- 2.) These
- 3.) Antithese
- 4.) Synthese
- 5.) Aufforderung

Formulieren Sie Ihre Rede jetzt aus. Arbeiten Sie mit **Beispielen**, eigenen **Erlebnissen** oder **Anekdoten** und mit **Vergleichen/Analogien**. Laden Sie Ihre Rede mit **Emotionen** auf. Feilen Sie an Formulierungen und arbeiten Sie am Wortschmuck.

Bauen Sie bewusst einige Höhepunkte in Ihre Rede ein. Das können harte Ansagen an den



„Ein guter Schluss verstärkt die Wirkung der ganzen Rede. Vermeiden Sie daher langweilige Floskeln. Werden Sie kreativ!“

politischen Gegner sein, Gags oder verblüffende oder markante Wendungen bzw. Formulierungen. Überlegen Sie, was von Ihrer Rede beim Publikum hängen bleiben soll.

CHECKLISTE REDE

- ☑ Machen Sie sich das Ziel Ihrer Rede klar: Was wollen Sie bewirken?
- ☑ Berücksichtigen Sie Ihre Zielgruppe bei Formulierungen und Redestil
- ☑ Bereiten Sie sich rechtzeitig mit Zeitpuffer vor. So vermeiden Sie Stress
- ☑ Bereiten Sie sich fachlich umfangreich vor. So wirken Sie glaubwürdig
- ☑ Gestalten Sie den Einstieg spannend. Die ersten Sekunden zählen
- ☑ Gliedern Sie Ihre Rede
- ☑ Bauen Sie Höhepunkte ein
- ☑ Seien Sie originell
- ☑ Seien Sie emotionell
- ☑ Bauen Sie persönliche Erlebnisse oder Anekdoten ein
- ☑ Vermeiden Sie komplizierte Sätze oder Worte
- ☑ Proben Sie Ihre Rede halblaut
- ☑ Machen Sie Stichwortkärtchen und reden Sie möglichst frei
- ☑ Achten Sie auf einen wirkungsvollen Schluss

Bereiten Sie einen wirkungsvollen Schluss vor. In vielen Fällen kann das ein **Schlussappell** sein. Vermeiden Sie langweilige und konventionelle Floskeln („Ich danke mich für Ihre Aufmerksamkeit ...“). Als Schluss eignet sich ebenfalls ein Zitat oder ein Spruch.

Beachten Sie, dass die Rede so vorbereitet wird, wie Sie auch wirklich **sprechen**. Der geschriebene Stil unterscheidet sich meist vom gesprochenen Stil. Vermeiden Sie Schachtelsätze und komplizierte Formulierungen.

Lesen Sie die Rede (halblaut) vor. Das ist eine gute Kontrolle, ob Sie die formulierten Sätze an Ihren Sprechstil angepasst haben. Es kann auch sein, dass einzelne Wörter (oft Fremdwörter) rhetorische **Stolperfallen** darstellen. Wenn Sie sich bei einzelnen Wörtern regelmäßig versprechen, tauschen Sie diese aus.



Bringen Sie Ihre ausformulierte Rede in ein **Stichwortkonzept**. Die Rede soll möglichst nicht wortwörtlich vorgetragen werden, das ist langweilig. Bereiten Sie die Rede so vor, dass Sie sie anhand des Stichwortkonzepts möglichst frei vortragen können.

Arbeiten Sie mit Stichwortkärtchen. Pro Kärtchen 4 bis 6 Stichworte. Auf diese Weise lässt sich in 5 bis 6 Kärtchen schon eine ganz umfangreiche Rede unterbringen.

Viel Erfolg für Ihre nächste Rede!

AUSBLICK AUF DEN NÄCHSTEN BAND: ORTSGRUPPEN- AKTIVITÄTENPLAN

Was die konkreten **Aufgaben einer Ortsgruppe** betrifft, so sei wieder auf die Satzungen der jeweiligen Landesorganisationen hingewiesen. Sie geben Auskunft über alle formalen Kriterien, so dass nur angeraten werden kann, sie aufmerksam zu studieren und bei Bedarf immer wieder zu Rate zu ziehen.

Wir empfehlen jedenfalls bei Neugründung einer Ortsgruppe ein Treffen mit dem **Bezirksparteiobmann** bzw. der Bezirksparteiob-

frau für Erfahrungsaustausch, Einbindung und Kontaktpflege.

Was die Aktivitäten der Ortsgruppe betrifft, wird angeraten, möglichst konkrete und auch umsetzbare **Jahresziele** zu definieren und diese auch am Jahresende zu evaluieren. Worauf es ankommt ist: Informationen über den Ort und Umkreis aktiv zu beschaffen, diese an die Mitstreiter weiterzugeben, den direkten Kontakt mit den Bürgern zu pflegen und im Wahlkampf aktiv für die Partei einzutreten.



Auf die Aufgaben und konkreten Aktivitäten einer Ortsgruppe wird in Band 5 dieser Schriftenreihe eingegangen.



HANDBUCH DER KOMMUNAL- POLITIK: DIE ÜBERSICHT



Band 1



Band 2



Band 3



Band 7



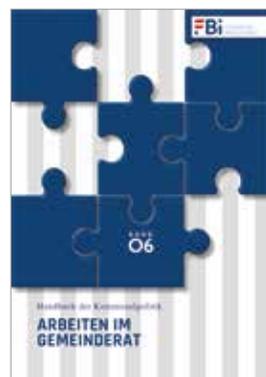
Band 8



Band 4



Band 5



Band 6



Band 9



Band 10

